



SILVIO LEVI
esperto di profumi

Musica e fragranze

Può capitare che qualcuno vi dica di ascoltare un profumo. Potrebbe sembrare assurdo usare l'udito per apprezzare un odore e infatti è più che altro un modo di dire, ma in verità c'è chi davvero «sente» un odore come un suono

È uno dei casi della cosiddetta sinestesia, ovvero la sovrapposizione di sensi diversi in un'unica percezione o «fenomeno psichico consistente nell'insorgenza di una sensazione (auditiva, visiva ecc.) in concomitanza con una percezione di natura sensoriale diversa e, più in particolare, nell'insorgenza di una im-

magine visiva in seguito a uno stimolo generalmente acustico (audizione colorata), ma anche tattile, dolorifico, termico»¹⁾.

Per una parte della popolazione umana, stimata tra il 0,05 e il 4,0%, le lettere hanno un colore, le parole un odore o un suono, i mesi una forma geometrica²⁾.

Per quanto ancora poco studiato come fenomeno psichico, la sinestesia sembra affliggere o gratificare in particolare chi diventa artista, ma non si esclude che in realtà la sua diffusione sia molto più ampia e che sia solo più evidente negli artisti^{3,4)}. Alcuni musicisti, tra cui Pharrell Williams, Kanye West, Lady Gaga, sono consci della loro sinestesia e del ruolo che può avere nella loro verve creativa come lo ebbe di certo per Olivier Messiaen, Franz Liszt e Duke Ellington⁵⁾.

La sinestesia è considerata una patologia, certo non maligna, generalmente limitata all'attivazione di un solo altro senso diverso da quello direttamente coinvolto. Per quanto sarebbe improprio coinvolgere la sineste-

sia, indiscutibilmente lo stimolo dell'olfatto può far provare sensazioni gustative, visive, tattili o uditive, senza che i recettori di tali sensi siano stati attivati in alcun modo. Probabilmente più che diretta, la relazione è indiretta, in quanto un odore non semplice, come lo è in genere un'Eau de Parfum, può scatenare diverse sensazioni, perché ogni componente dell'essenza può attivare nel nostro cervello reazioni che rievocano, o inducono a immaginare, situazioni complesse in cui più sensi sono stimolati virtualmente e non fisicamente.

Quindi «ascoltare un profumo», a occhi chiusi e senza preconcetti, può portare a vedere immagini, a rievocare suoni, emozioni, ricordi ma anche colori, percezioni tattili e in chi è sinestetico queste sensazioni, che quasi tutti proviamo, diventano estremamente «vere» e coinvolgenti e indissolubili dalla causa, sia essa una nota, il nome di un mese, un colore.

A pensarci bene un profumo spesso ci fa sperimentare una sorta di teletrasporto. Basta annusarlo e ci ritroviamo improvvi-

samente in luoghi lontani, con altre persone, proviamo sensazioni di calore, di freddo o di umido eppure non ci siamo mossi di un centimetro.

Un profumo quasi sempre nasce per dare forma olfattiva a un testo, a una storia e, a volte, la rende così bene che comunica davvero situazioni ed emozioni molto affini a quelle che il testo intendeva esprimere, al punto che vengono in mente parole realmente presenti nel testo originale che ha ispirato il «naso». Il percorso opposto è ottimamente rappresentato dal libro «Il Profumo»⁶⁾ di Suskind, forse l'opera letteraria che ha saputo meglio rappresentare efficacemente il mondo degli odori con la parola. È quindi possibile che, sulla base della emozionalità di un profumo, si possa cercare di rappresentarlo tramite un'altra arte.

Brani musicali e profumi

La musica ha già più volte fatto capolino nella profumeria come ispirazione di una essenza. Non pochi profumi portano nomi di brani musicali, di balli, di opere teatrali. Parecchi anni fa ebbi l'idea di tentare di tradurre in profumo il Bolero di Ravel ma nessuno dei profumieri che interpellai, alcuni davvero grandissimi Maestri, seppe risolvere, senza utilizzare diffusori o tecnologie particolari, come tradurre il «crescendo» e l'incalzare dei timpani in un profumo. Tutt'oggi questa scommessa non ha avuto vincitori ma ha fatto sì che nascesse in me il desiderio, forse ancora più temerario, di voler creare della musica originale sulla base di un profumo. Di fatto potrebbe sembrare quasi ovvio. In fin dei conti le colonne sonore dei film hanno l'obiettivo di esaltare le scene se non addirittura di narrarle.

Il dialogo tra arti diverse è estremamente stimolante e piacevole. Nel mio caso, in cui sono autore unico dei testi e coautore delle fragranze, parlare con chi realizza le musiche, di quello che volevo percepire nella rappresentazione sonora del mio profumo, è stato appassionante.

In un mondo che cambia a velocità vertiginosa, che vede scomparire mestieri e attività che sembravano immutabili ed eterne, anche la Profumeria Artistica deve evolversi per due fondamentali motivi:

- La domanda di fragranze di qualità è in continua crescita aritmetica, grazie alla crescita esponenziale di consumatori del profumo in senso generale e dell'offerta nel mass-market.
- La sua presenza nel mondo è ancora in fase di assestamento e niente affatto completa e omogenea ma l'interesse per la creazione di nuovi network distributivi dedicati a essa è altissimo.

Vi sono molte altre ragioni che hanno spinto, dieci anni fa, a creare Esxence quando sembrava essere un azzardo totale, ma queste due sono di fatto quelle che giustificano progetti e investimenti, oltre a essere tra i principali motivi del crescente interesse da parte delle multinazionali del profumo verso questo mercato finora da loro snobbato.

In questo decennio Esxence ha dato vita a un'identità di settore, permesso ai protagonisti di incontrarsi e conoscersi per definire nuovi scenari e nuove collaborazioni. Sono state create opportunità per nuove generazioni di profumieri, di aziende in vari settori, in cui qualità si sposa con Arte.

Esxence da questa edizione, anche nei giorni con accesso riservato agli operatori, spalanca le porte della sua Conference Hall a tutti, perché la promozione, la divulgazione e la diffusione d'informazioni, documentazioni e sperimentazioni, nonché di analisi e progettualità degli scenari del mercato, è la più importante missione di questo evento unico e irripetibile.

Tra i temi trattati in questa edizione il mercato cinese, il ruolo degli algoritmi nell'e-commerce, l'influenza della cultura Instagram sul design delle fragranze, olfatto e altre sensorialità, l'influenza dello story-telling sulla creatività nel packaging, il grande Michael Edwards, autore di libri e guide di riferimento per chi vuole conoscere questo mondo, intervistato in pubblico, presentazioni di libri e molte altre importanti sorprese che verranno svelate durante questa edizione dorata.

Di certo l'idea di lasciare molto spazio al «be foolish» non ha abbandonato il cuore pulsante di Esxence. Non si può pensare di parlare di profumeria artistica senza dare spazio a quel pizzico di pazzia, che è ingrediente necessario, anche se non sufficiente, per segnare un nuovo traguardo sul cammino della creatività umana.

Spesso è da scelte bizzarre, se non apparentemente illogiche, che nascono i trend del futuro. La Profumeria Artistica è per definizione la R&D del settore della profumeria e solo dandole modo di esprimersi assisteremo allo sviluppo del settore. Ogni tentativo di imbrigliarla completamente alle regole del marketing andrebbe registrato sotto i tentativi di suicidio annunciato.

Anche questa edizione proporrà Esxkin-The Excellence of Beauty, una riserva protetta in cui si inizia la selezione di quella che diverrà la Cosmetica di Nicchia. I primi marchi che hanno esordito sotto questa insegna hanno già registrato ottime performance e, sebbene nicchia nella nicchia, anche il futuro di questa creatività è più che roseo e destinato a consumatori molto informati e curiosi, che sanno discriminare tra millantati crediti e seria professionalità con la volontà di perseguire cammini inediti e estremamente promettenti.



Al compositore ho fatto annusare i profumi senza rivelare nulla del loro nome o della loro storia e gli ho chiesto di scrivere le emozioni, i colori, i luoghi che ogni fragranza gli aveva comunicato. Solo allora ho raccontato come è nato ogni profumo, quali gli spunti e le storie da cui ero partito e i perché delle scelte di ingredienti e accordi. È stato bellissimo riscontrare con il musicista quante delle parole da lui scritte fossero presenti nel testo originario e come avesse colto perfettamente le emozioni che la fragranza avrebbe dovuto comunicare.

Qui è poi iniziata una parte creativa indipendente del musicista e scambi successivi per rendere i brani il più corrispondenti possibile alle emozioni che intendevo comunicare olfattivamente. In realtà, come avviene nella bella musica cantata, dove musicista e paroliere si integrano, si fondono nel creare un'opera che mai realizzerebbero simile con altri artisti, lo stesso è avvenuto tra me e Philip Abussi di Mokamusic. Il rispetto per le singole competenze è altissimo. Proprio lo scambio sincero e spontaneo delle reciproche intenzioni comunicative porta a influenzarsi a vicenda nello sforzo di rendere suono e odore complementari e sinergici nel veicolare un messaggio emotivo. Il brano musicale diventa non solo espressione delle emozioni provate nel sentire il profumo ma deve anche portarmi a dire, *«ecco questo è il mio profumo»*.

Guardare chi annusa il profumo a occhi chiusi, mentre ascolta in cuffia il corrispondente brano, è incredibile. Si percepisce che sta «vedendo» qualcosa, che cambia le espressioni del viso e che la musica potenzia le sue percezioni olfattive. L'opera completa di 10 brani per dieci fragranze con il marchio Calé Fragranze d'Autore sarà presentata in occasione della decima edizione di Esxence The Scent of Excellence a Milano, dopo un esordio in un'installazione multimediale con i primi



quattro brani la 113° edizione di Mipel sempre a Milano.

Difficile dire se questo esperimento segnerà l'inizio di una più stretta collaborazione tra odore e suono. Magari potremo assistere a concerti profumo-sonori. Non sarebbe completamente una novità.

In teatro, nel cinema, nei vernissage, nei musei vi sono già state incursioni più o meno felici della profumeria ma l'idea che la partitura di un brano sia olfattiva è decisamente innovativa.

Come sempre non si può sapere a priori se si è colto nel segno, se siamo di fronte a dei capolavori. Solo il tempo ce lo dirà. Di certo l'emozione che proviamo nell'aver dato respiro a parole che diventano profumi e profumi che diventano intangibili storie sonore è esaltante. Per ora stiamo dando vita a brevi brani ma un domani un racconto più complesso potrebbe trasformarsi in una grande opera olfattivo-musicale in cui ogni capitolo avrà il suo profumo e il suo brano. Naturalmente, perché queste associazioni e sinergie, tra Arti diverse, siano sempre più apprezzate occorre risvegliare l'attenzione verso gli odori. Per fortuna, sebbene trascurato per secoli, l'olfatto, grazie anche alla enorme crescita dell'attenzione al gusto, sta tornando ad avere un ruolo, se non dominante come nel mondo animale, molto importante e si pone sempre più attenzione a cosa emana il mondo attorno a

noi. Non siamo ancora giunti a dare analogo rilievo a tutti i sensi. L'olfatto è decisamente meno considerato, ma qualcosa sta cambiando e stiamo riscoprendo l'importanza di dare ascolto all'odore, che può e deve essere guida, avvertimento ma anche attrazione verso l'altro, sicurezza o pericolo, anticipazione e ricordo, e oltre a questi segnali fondamentali può introdurci in mondi reali o da favola e condivide con la musica molte cose, inclusa la capacità di raccontare emozionando, rendendoci partecipi di situazioni che

non abbiamo mai davvero vissuto ma che ci sembreranno assolutamente «reali». Un esempio di realtà virtuale che esiste da molto prima dell'invenzione dei computer e che non è fantascienza.

Gli odori possono essere piacevoli o spiacevoli, belli o brutti, vivi o spenti, gioiosi o cupi, pesanti o leggeri, esattamente come i suoni, i gusti, gli oggetti concreti, le immagini. Possono tutti giocare un ruolo nell'Arte ad armi pari, ma quel che più conta è che vi sia sempre più interazione e cooperazione tra loro e speriamo vivamente che un giorno non troveremo nulla di strano nel fischiettare allegramente il motivetto del nostro profumo. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BIBLIOGRAFIA

- 1) <http://www.treccani.it/vocabolario/sinestesia/>
- 2) Edward M. Hubbard¹, V.S. Ramachandran- Neurocognitive Mechanisms Review of Synesthesia Neuron, Vol. 48, 509-520, November 3, 2005 cbc. ucsd.edu/pdf/neurocog_synesthesia.pdf
- 3) Synaesthesia: Smelling A Sound Or Hearing A Color-December 25th 2007 www.science20.com/news_releases/synaesthesia-smelling_a_sound_or_hearing_a_color
- 4) Janet Burns October 15 2015 Synesthesia: Why Some of Us Can Taste Music and Hear the Rainbow mentalfloss.com/article/70283/synaesthesia-why-some-us-can-taste-music-and-hear-rainbow
- 5) Holly Williams- 21 October 2014 How synaesthesia inspires artist www.bbc.com/culture/story/20140904-i-see-songs-in-colour
- 6) Patrick Süskind Il profumo